

タカラトミーグループ

新中期経営計画について

2012年5月17日

株式会社タカラトミー
代表取締役社長
富山幹太郎

創業90周年に向けた目標（2015年3月期）

真のグローバルプレーヤーとして

- ・持続的な成長の実現
- ・売上30億ドル、営業利益3億ドルの達成
- ・海外売上高比率50%を目指す

中期経営計画

玩具事業の“改革”

- 定番事業の強化・拡大
- アジア地域の玩具事業拡大
- ボーイズ商品のグローバル化

RC2買収
グローバル展開の加速
と
最大化

2011年3月期のタカラトミー

【達成にむけての課題】

- コア事業である国内玩具事業の伸び悩み
- 日本発商品のグローバル化の遅れ
- 生産体制の強化と安定供給コントロールの必要性



【対応策】

- 地域別重点戦略の立案
- 重点カテゴリーの強化・拡大
- 生産拠点の見直しと体制の強化

地域セグメント別取組み

TAKARA
TOMY

日 本

2012/3 2015/3
売上高 1,195億円⇒1,400億円

商品展開

- 主要カテゴリーである「ビークル」「ボーイズ」「ガールズ」の企画開発機能を本社に集約し、グローバルで一元管理 ⇒ 企画段階からローライズを意識した仕様とVE (Value Engineering)を推進
- 『高付加価値』商品群の企画開発を強化
- VE推進で、「付加価値」「プライスゾーン」のバランス分析により海外各市場に即した商品群を投入
- 日本での成功シナリオを基本とした、新規コンセプトでの新市場創造
- グループシナジーを最大限に発揮した商品展開を加速化
- 瞬発力あるヒット商品群の企画開発による市場拡大

マーケティング展開

- ブランドマネジメント力の強化
- マスマーケティング施策を本社主導で推進
- マーケティングとセールスが一体となった売り場活性化策の推進

組織体制

- グローバルでの事業本部体制を醸成
- 新規コンセプトの企画開発を目指し、新規企画部を新設

北米・欧州・オセアニア

2012/3 2015/3
売上高 606億円⇒620億円

商品展開

- 主要カテゴリーである「**ベビー・インファント・プリスクール**」の企画開発機能をTIに集約し、グローバルで一元管理 ⇒ 企画段階からアジア・日本でのローカライズを意識した仕様とVEを推進
- 「**ベビー・インファント・プリスクール**」の**欧米共通商品の拡大**で開発効率化を実現
- 「**ビークル**」「**ボーイズ**」カテゴリーの強化拡大
- ビジネスパートナーとの良好なリレーションによる商品展開の継続

マーケティング展開

- 各市場特性に合致したプロモーションの強化で、**独自性のあるリテールマーケティング**を推進
- 本社主導のマスマーケティングに即した**ローカルマーケティング**を各販社が強力に推進

組織体制

- トミーヨーロッパとTIの統合による規模の拡大とシナジー効果による事業の効率化
⇒体制一元化による統合効果でトミーヨーロッパ・TI商品のグローバル展開を促進

アジア

2012/3 2015/3
売上高 71億円⇒180億円

商品展開

- 「ビークル」「ベビー・インファント・プリスクール」などの**定番事業の強化・拡大**
- ローカライズ商品の積極的な導入
- ボーイズカテゴリーの導入

マーケティング展開

- 中国全土46エリア玩具代理店との**新規取引開始による流通販路の強化・拡大の推進**
- TVMDへの積極的な取組み
- 新興国への取組み強化と拡大

組織体制

- トミー上海強化により中国4拠点(華北・華東・華中・華南)に営業担当者を配し、**現地に密着した営業展開**を実施
- TIとの統合により成長市場へ事業拡大

重点カテゴリーの強化・拡大

TAKARA
TOMY

ビークル



多美卡
TOMICA

普乐路路
PLARAIL

- プラレールチャギントンの投入
ワールドワイドでチャギントン最大化
- アジアでのローカライズトミカ拡大

ベビー・インファント・プリスクール



- 欧米での基盤事業として堅実に成長
- 中国での売上げ拡大

ボーイズ



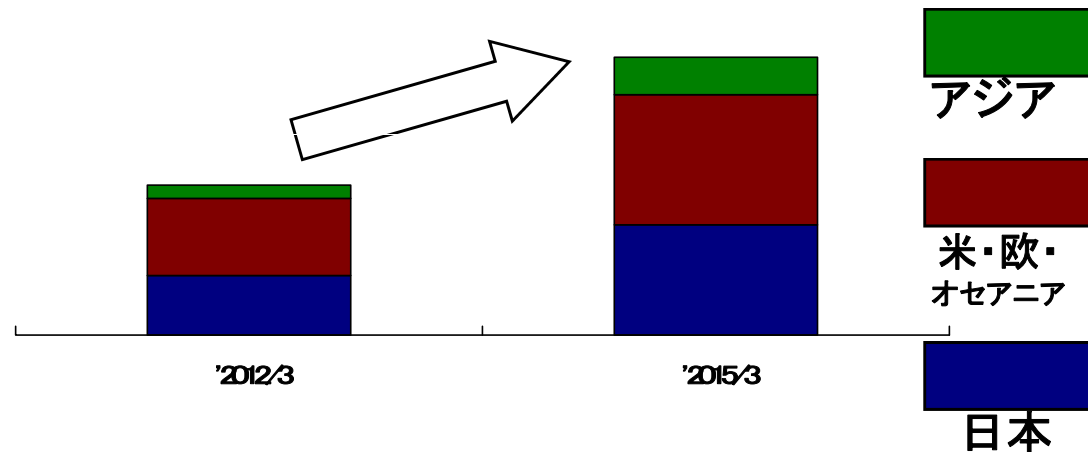
2012
WORLD CHAMPIONSHIP
BEYBLADE



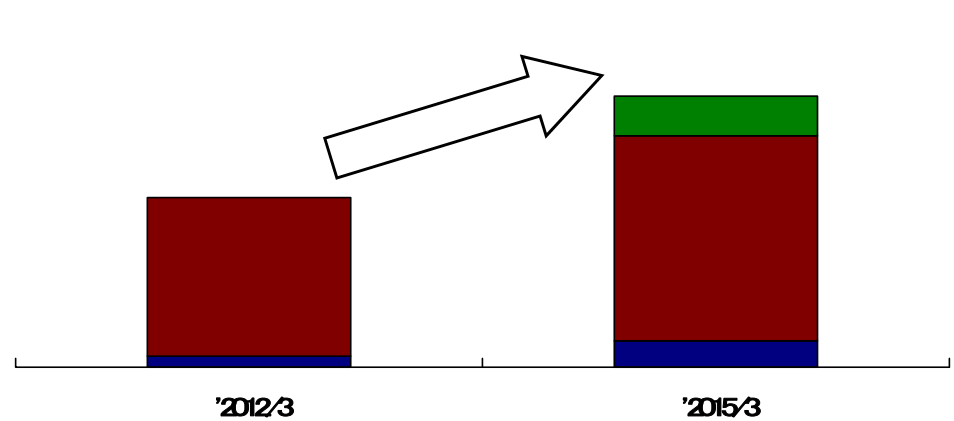
- 新規商材の投入による欧米ならびに
中国での売上げ拡大
- ポストベイブレード創出で、ボーイズ
No1 堅守

重点カテゴリーの強化・拡大

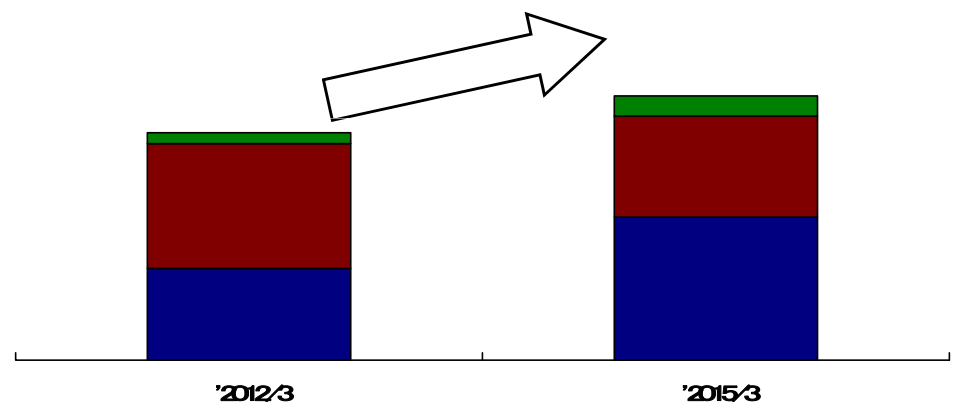
ビークル
 2012/3 2015/3
216億円 ⇒ 400億円



ベビー・インファント・プリスクール
 2012/3 2015/3
220億円 ⇒ 350億円



ボーイズ
 2012/3 2015/3
430億円 ⇒ 500億円



■ 生産拠点シフトによる原価/原材料費の削減

① 中国依存型からベトナムを軸とした周辺国への生産シフト

⇒ 製造コスト抑制（人件費等）による原価削減

② 材料の計画購買とベンダーおよび提携会社との協同購買促進

⇒ 原材料費削減

中期目標

- 2013/3 将来の成長に向けて先行投資を拡大
- 2015/3 売上30億ドル、営業利益3億ドル達成へ通過ポイントとして、着実な成長を目指す

(億円)

	2012/3 (実績)	2013/3 (予想)	2015/3 創業90周年 目標
売上高	1,870	1,900	2,200
営業利益	101	100	150
営業利益率	5.5%	5.3%	6.8%
EBITDA	168	171	237
EPS	39.0	53.1	85.0

真のグローバル
プレーヤーとして

- 売上高 30億ドル
- 営業利益 3億ドル
- 海外比率 50%

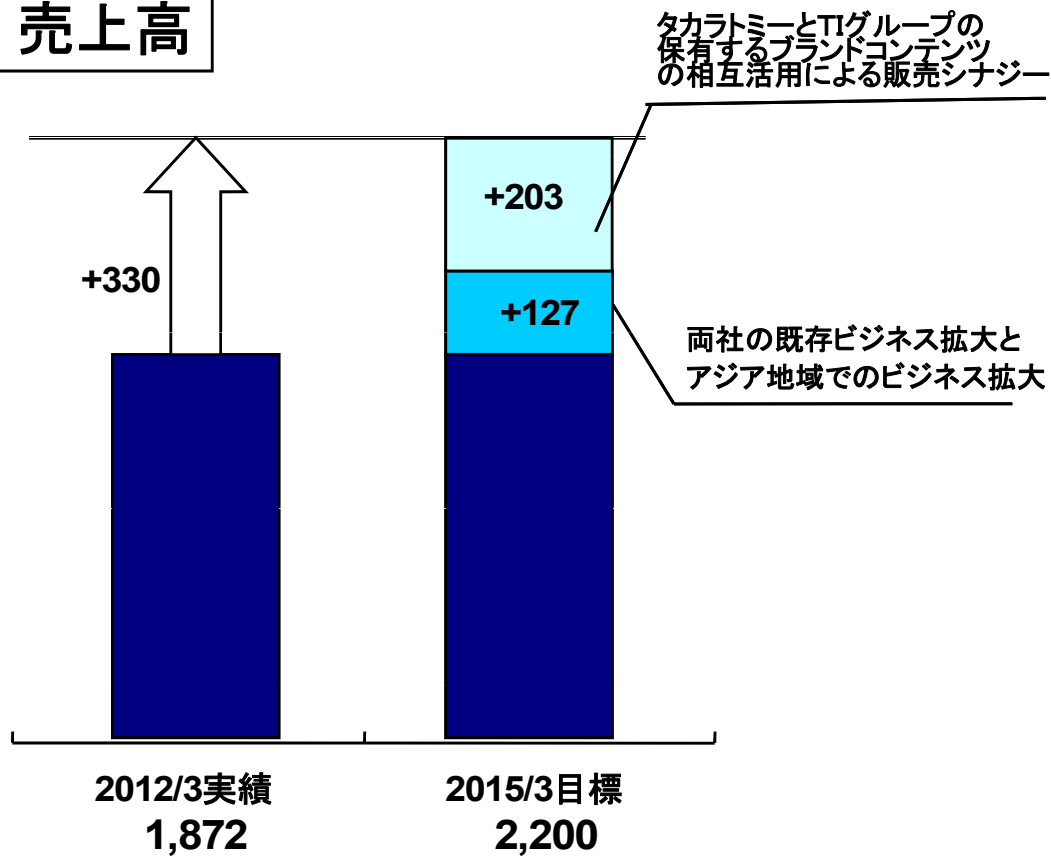
の達成を目指す

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

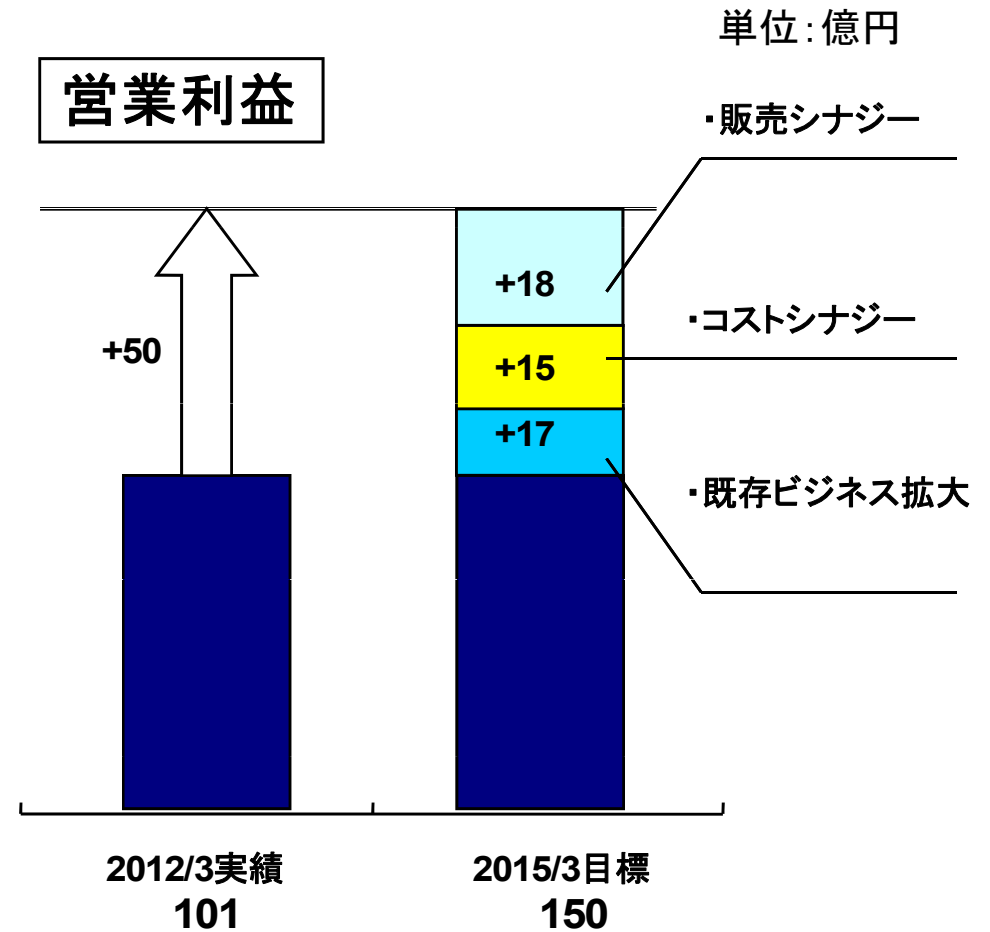
中期目標 売上高/営業利益



売上高



営業利益





本資料には、タカラトミーの現在の見通し、目標、計画、戦略など将来に関する記述が含まれておりますが、これらは現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、将来における当社の実際の業績または事業展開を確約したり、保障するものではありません。